



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Metode Pengumpulan Data

3.1.1 Wawancara

Menurut Yin (2011, h. 131) dalam pengumpulan data dibutuhkan di antaranya empat metode yang digunakan, yaitu wawancara, observasi, mengoleksi data dari dokumen, gambar atau data fisik dan merasakannya secara langsung. Pengumpulan data dalam perancangan skripsi berbasis karya ini salah satunya menggunakan metode wawancara. Metode ini diperlukan karena perancangan skripsi berbasis karya akan tepat sasaran jika dilakukannya wawancara untuk mendapatkan data dan mengetahui apa saja permasalahan yang dihadapi oleh Beauty Usher.

Selain itu, metode wawancara ini dibutuhkan untuk meninjau seberapa dalam aktivitas komunikasi yang pernah dilakukan sebelumnya. Wawancara yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada *interviewee*. Dalam hal ini, yang bertindak sebagai narasumber atau *interviewee* adalah pemilik atau *owner* dari Beauty Usher yaitu yang merupakan *founder* langsung dari Beauty Usher yaitu Shintya Veronica dan Priska Olivia yang menjabat sebagai *co-founder*. Wawancara dilaksanakan dengan tanya jawab baik secara tatap muka secara langsung maupun via telepon dan *chat* pribadi untuk menambah akurasi informasi yang didapatkan.

3.1.2 Observasi

Robert K. Yin (2011, h. 143) berpendapat bahwa metode observasi merupakan cara yang berharga untuk mengumpulkan data. Karena metode observasi melihat dan memahami secara langsung oleh diri kita sendiri bukan berlandaskan laporan dari orang lain. Dalam hal ini, observasi adalah bentuk data primer, yang sangat dihargai. Maka dari itu, observasi dilakukan dengan meninjau konten foto maupun promosi dari *brand* lain di Instagram sebagai referensi gambaran atau konsep untuk konten Instagram yang baik dan menarik. Metode Perancangan

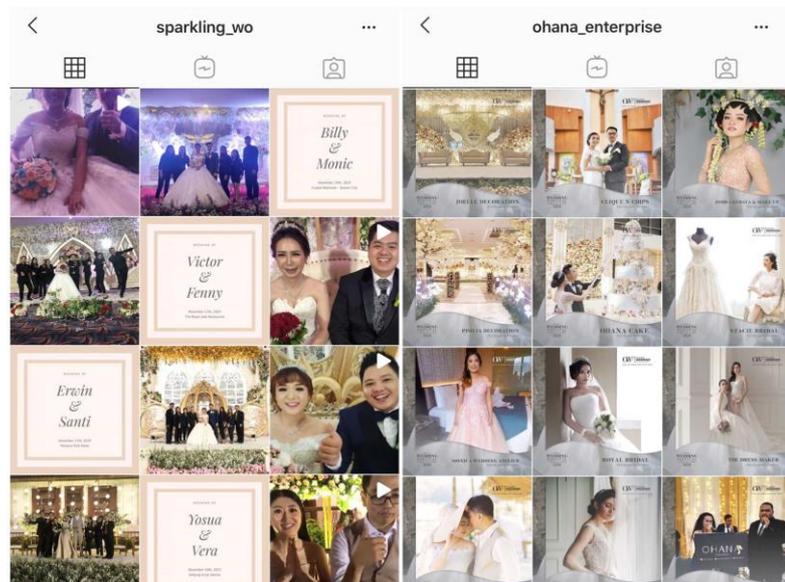
3.2.1 Tahapan Perancangan

Dalam perancangan pembuatan konten Instagram Beauty Usher terbagi atas tiga tahapan perancangan, yaitu *pre-production*, *production* dan *post-production*.

3.2.1.1 Langkah-Langkah Perancangan

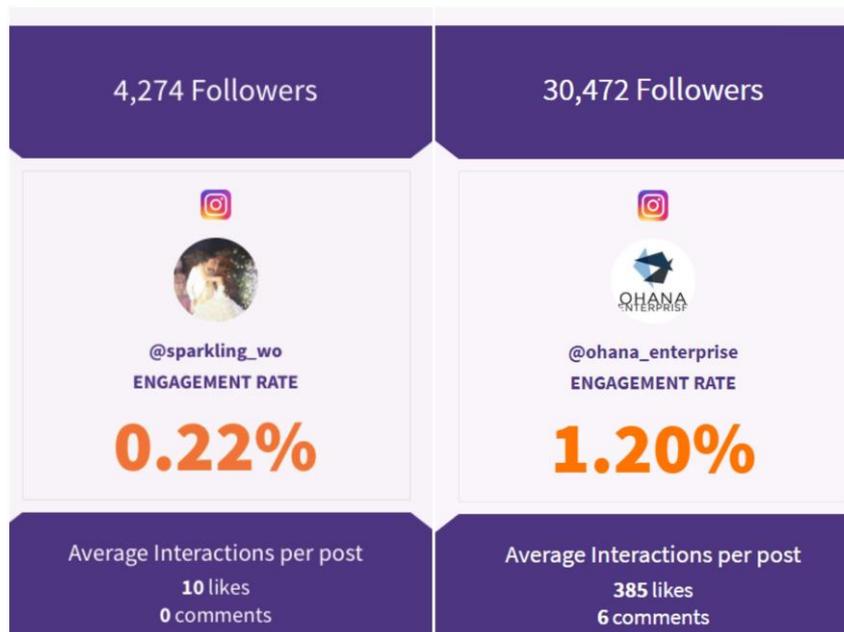
- Pada tahapan *pre-production* hal pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara mendalam kepada pemilik yang berfungsi untuk mengumpulkan data dalam pembuatan skripsi berbasis karya. Selain itu, dilakukannya juga observasi kepada beberapa konten dari akun tertentu yang dijadikan sebagai bahan referensi dalam perancangan akun Instagram Beauty Usher. Beberapa akun Instagram yang dijadikan observasi untuk konten Instagram adalah @sparkling_wo dan @ohana_enterprise.

Kedua akun tersebut dipilih karena keduanya bergerak dilayanan jasa yang sama seperti Beauty Usher. Secara spesifik keduanya juga berada pada bidang pernikahan, hal ini serupa dengan bidang usaha dari Beauty Usher. Namun yang membedakan adalah keduanya merupakan jasa *wedding organizer* sedangkan Beauty Usher spesifik melayani jasa penerima angpao di acara pernikahan. Selain itu, keduanya juga memiliki tampilan yang menarik yang menampilkan detail tiap *event wedding* yang pernah dilalui seperti pemberian keterangan nama pengantin, tanggal dan lokasi pernikahan di dalam fotonya yang membuat keduanya berbeda dengan bidang sejenis. Kedua akun referensi tersebut juga memiliki jumlah pengikut yang terbilang cukup banyak dengan *engagement* 0,22% untuk @sparkling_wo dan 1,20% untuk @ohana_enterprise.



(Sumber: Instagram @sparkling_wo dan @ohana_enterprise)

Gambar 3. 1 Profile akun @sparkling_wo dan @ohana_enterprise



(Sumber: www.phlanx.com)

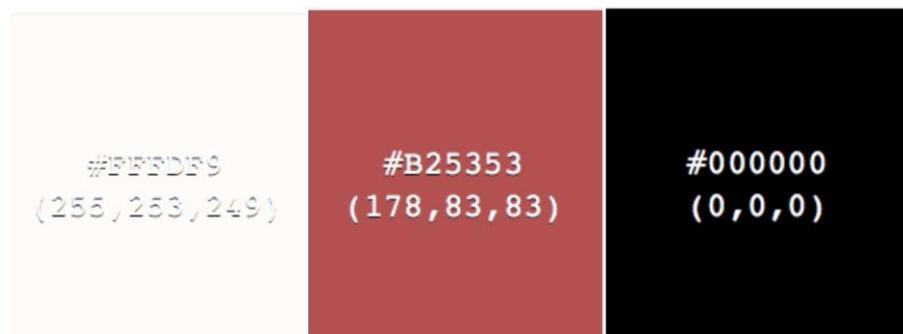
Gambar 3. 2 Hasil *Engagement Rate* @sparkling_wo dan @ohana_enterprise

Setelah melakukan observasi, hal selanjutnya yang dilakukan adalah dengan membuat *editorial plan* per-minggu yang bertujuan agar unggahan di Instagram dapat diunggah secara runtut sesuai waktu yang telah ditentukan.

- Masuk pada tahapan kedua, tahapan ini adalah masa produksi atau *production* yang merupakan tahapan pembuatan konten foto yang nantinya akan dimasukkan ke dalam konten di *feeds* dan *stories*. Waktu yang dibutuhkan dalam pembuatan konten ini adalah lebih dari dua bulan. Dalam prosesnya, selama waktu lebih dari dua bulan tersebut termasuk dengan proses pengambilan gambar, video dan *editing*. Sedangkan dalam

proses pengunggahan konten yang sudah jadi dibutuhkan waktu selama tujuh minggu.

Untuk *tools* yang digunakan dalam perancangan konten foto dan video ialah kamera original iPhone 6 Plus dan *mirrorless* Canon M3 dengan lensa yang digunakan EF-M 18-55mm f/3.5-5.6 IS STM. Selain itu, penggunaan warna yang digunakan untuk konten *feeds* maupun *stories* di dominasi oleh *tone* warna #ffffd9, #b25353, dan #000000 yang merupakan model warna CMY yang menyesuaikan dengan warna logo dari Beauty Usher. Berikut tampilan warna yang digunakan ialah:



(Sumber: colorhunt.com)

Gambar 3. 3 *Tone* warna yang digunakan

Dalam proses pembuatan konten, aplikasi yang digunakan adalah Canva sebagai aplikasi utama. Selain itu, aplikasi lain sebagai pendukung yang digunakan ialah aplikasi seperti Meitu, Pict Art, Snapseed, dan Unfold. Aplikasi tersebut dibutuhkan untuk membuat foto tampak presisi ataupun memperbaiki warna yang kurang terang. Lalu jenis tulisan yang digunakan pada pembuatan konten baik di *feeds* maupun di *stories*

didominasi oleh *multiple font* yaitu Aileron Heavy, Advent Pro Medium, Allura, Bodoni FLF, Aleo Light, Dancing Script, Great Vibes, Montserrat Light, Nunito Light, Open Sans, Playlist Script, Playfair Display, Times Neue Roman, Unna, Vidaloka. Berikut adalah contoh beberapa *template* original milik Canva yang digunakan untuk konten Instagram:



(Sumber: [canva.com](https://www.canva.com))

Gambar 3. 4 *Template original* milik Canva

Kemudian, pada tahap *production* ini, dari *template original* milik Canva kemudian didesain ulang menjadi *template* dari konten-konten yang telah ditetapkan. Sehingga ketika ingin melakukan pembuatan untuk konten informatif, konten *greetings* maupun konten *creative campaign* dan konten *giveaway* sudah memiliki *template* yang dapat dirubah-rubah foto dan komposisi tulisannya saja.

- Tahap selanjutnya adalah *post-production* yang merupakan tahap akhir dari produksi konten. Pada tahapan ini isi konten tidak lagi hanya digagas saja seperti di tahap *pre-production*, melainkan konten tersebut sudah berada pada masa *review* bersama dengan *owner* atau pemilik. Hal ini digunakan untuk dilakukan kritik dan saran akhir sebelum dilakukan *final posting* di media sosial Instagram.

Proses pengerjaan skripsi berbasis karya ini memakan waktu secara keseluruhan selama empat bulan lamanya. Mulai dari pengumpulan data wawancara, observasi, pembuatan konten, *review* dan revisi konten sampai dengan proses mengunggah konten dan masuk pada tahap akhir yaitu evaluasi. Jika dijabarkan ke dalam tabel alur waktu, maka berikut tabel alur waktu perencanaan rancangan karya ialah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Perencanaan Rancangan Karya

| No. | Kegiatan | Waktu | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---------|---|---|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|--|--|--|
| | | Januari | | | | Febuari | | | | Maret | | | | April | | | |
| 1. | Pengumpulan data (Wawancara) | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | | | | |
| 2. | Perancangan konsep konten Instagram | | | █ | █ | █ | █ | █ | █ | | | | | | | | |
| 3. | Pembuatan konten foto, video dan desain Instagram (konten: <i>feeds</i> dan IGTV) | | | | | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 4. | Proses <i>editing</i> dan revisi | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Pengunggahan konten <i>feeds</i> dan <i>stories</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Evaluasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.2.2 Anggaran Rancangan Karya

Dalam pembuatan skripsi berbasis karya ini tentunya membutuhkan anggaran biaya untuk merealisasikan konsep yang telah dibuat menjadi suatu karya nyata. Untuk biaya produksi konten sendiri yang dikeluarkan tidak terlalu besar dikarenakan *platform* yang digunakan adalah media sosial Instagram yang pada dasarnya memfasilitasi secara gratis. Oleh karena itu, anggaran biaya yang tertulis terbagi menjadi dua, yaitu perkiraan anggaran biaya pembuatan karya dan perincian pengeluaran biaya yang telah dikeluarkan untuk skripsi berbasis karya. Berikut adalah perkiraan anggaran biaya:

Tabel 3. 2 Perkiraan anggaran Biaya

| No. | Rincian Pengeluaran | Biaya Pengeluaran |
|--------------|-----------------------------|---------------------|
| 1. | Instagram <i>Ads.</i> | Rp 200.000,- |
| 2. | Biaya Transportasi | Rp 100.000,- |
| 3. | Pembuatan <i>storyboard</i> | Rp 100.000,- |
| TOTAL | | Rp 400.000,- |

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Namun dengan berjalannya proses pembuatan karya ini, adapun keseluruhan biaya pembuatan karya ialah:

Tabel 3. 3 Perkiraan anggaran Biaya

| No. | Rincian Pengeluaran | Biaya Pengeluaran |
|--------------|---------------------------------------|-------------------|
| 1. | Instagram Ads. | Rp 479.600,- |
| 2. | <i>Paid Promote</i> (5 akun berbayar) | Rp 540.000,- |
| 3. | Biaya Transportasi | Rp 300.000,- |
| 4. | Pembuatan <i>storyboard</i> | Rp 100.000,- |
| 5. | <i>Discount</i> dan <i>giveaway</i> | Rp. 3.500.000,- |
| TOTAL | | Rp 4.919.600,- |

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.2 Publikasi dan Metode Evaluasi

Skripsi berbasis karya ini menitik beratkan publikasi yang dilakukan melalui media sosial Instagram sebagai *platform* yang digunakan. Dan menggunakan Facebook *fanpage* milik Beauty Usher yang tidak pernah digunakan sebagai integrasi media selain Instagram. Kemudian sebagai metode evaluasi yang dilakukan untuk melihat efektivitas sejauh mana dampak yang dihasilkan melalui kenaikan jumlah pengikut, tandai suka, kolom komentar dan metode evaluasi yang terukur melalui pengukuran *engagement rate* dari hasil *insight* Instagram Beauty Usher.